

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu bentuk perubahan yang paling nyata adalah munculnya media baru (*new media*) yang berbasis internet. Media baru tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga membentuk pola interaksi sosial, budaya, dan identitas masyarakat. Kehadiran media sosial sebagai bagian dari media baru telah memfasilitasi masyarakat untuk saling berbagi informasi, berinteraksi, serta membentuk komunitas *virtual* tanpa dibatasi ruang dan waktu. Fenomena ini menjadi salah satu bukti bahwa komunikasi digital telah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut McQuail (2010:136), media baru merupakan transformasi dari media tradisional menuju media digital yang lebih interaktif, partisipatif, dan fleksibel. Perubahan tersebut membawa konsekuensi logis bahwa masyarakat tidak lagi hanya menjadi konsumen informasi, melainkan juga produsen informasi. Kondisi ini sesuai dengan pandangan Jenkins (2006:3) yang memperkenalkan konsep *participatory culture*, yaitu budaya partisipasi yang memungkinkan audiens ikut terlibat dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten. Dengan kata lain, media baru, khususnya media sosial, telah merevolusi hubungan antara komunikator dan komunikan, di mana keduanya memiliki peluang yang sama untuk menciptakan makna dalam proses komunikasi.

Salah satu media sosial yang paling populer adalah *Instagram*. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, *Instagram* telah mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah satu *platform* terdepan dalam menyebarkan informasi berbasis visual. *Instagram* menawarkan berbagai fitur seperti unggahan foto, video singkat, cerita (*stories*), siaran langsung (*live*), dan *reels* yang memfasilitasi pengguna untuk berkomunikasi secara kreatif. Popularitas *Instagram* tidak hanya terletak pada daya tarik visualnya, tetapi juga pada kemampuannya menciptakan interaksi sosial dan membangun komunitas. Hu, Manikonda, dan Kambhampati (2014:596) menyatakan bahwa *Instagram* merupakan “a combination of photo-sharing and social networking service, enabling individuals to share their lives visually and socially.”

Dalam konteks komunikasi, *Instagram* berfungsi ganda. Di satu sisi, *platform* ini menjadi sarana komunikasi interpersonal melalui fitur pesan langsung (*Direct Message*). Di sisi lain, *Instagram* juga berperan sebagai media komunikasi publik karena konten yang dipublikasikan dapat diakses oleh khalayak luas. Hal ini memperlihatkan fleksibilitas *Instagram* dalam mengakomodasi berbagai kebutuhan komunikasi, mulai dari interaksi pribadi hingga penyebaran informasi dalam skala komunitas. Tidak mengherankan jika *Instagram* kini digunakan tidak hanya untuk tujuan hiburan, tetapi juga sebagai media informasi, promosi, pendidikan, bahkan advokasi sosial.

Fenomena penggunaan *Instagram* sebagai media informasi dapat diamati dalam berbagai konteks, salah satunya adalah pada tingkat lokal. Media informasi lokal memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi yang relevan dengan kehidupan masyarakat di suatu wilayah tertentu. Dalam konteks ini, muncul

berbagai akun *Instagram* yang berfokus pada penyebaran informasi daerah, salah satunya adalah akun @igcicalengka_. Akun ini berfungsi sebagai saluran informasi yang menyoroti berbagai peristiwa, kegiatan, dan isu yang terjadi di wilayah Cicalengka dan sekitarnya. Informasi yang disajikan mencakup berita tentang kecelakaan, kegiatan sosial, kebijakan pemerintah daerah, hingga peristiwa budaya masyarakat setempat.

Kabupaten Bandung adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Kecamatan Cicalengka dilihat dari letak geografisnya terletak pada 107() 31' – 107() 41' Bujur Timur dan 70() 45' – 70() 74' Lintang Selatan. Sedangkan berdasarkan topografinya sebagian besar wilayah di Kecamatan Cicalengka merupakan dataran dengan ketinggian di atas permukaan laut dengan ketinggian bervariasi dari 667 m sampai dengan 850 m. Sebagian besar desa terletak diluar kawasan hutan. Kecamatan Cicalengka juga dialiri salah satu Sungai Citarik. Kecamatan Cicalengka terdiri dari 12 desa dengan luas total wilayah 3.602,99 Hektar. Didominasi oleh lahan persawahan dengan mayoritas mata pencahariannya adalah sektor pertanian.

Cicalengka merupakan suatu daerah yang masih berkembang menuju perkotaan, terletak disisi paling timur di Bandung Raya. Namun, dengan perkembangan akan teknologi dan gaya hidup yang terjadi didunia, membuat mereka yang baru merasakannya akan mengikuti perubahan yang sedang terjadi.

Masyarakat disana bertukar informasi dengan cara berbicara dengan orang-orang yang mereka temui, dan dalam bentuk media biasanya hanya bisa memperolehnya dalam media cetak seperti koran dan majalah. Semua ini berubah

dengan kemajuan teknologi yang terjadi dan lebih memudahkan masyarakat bukan hanya dalam mencari informasi, melainkan dalam menyebarkan informasi yang telah terjadi. Bisa dibilang bahwa Cicalengka sekarang dapat beradaptasi dalam mengikuti perkembangan seperti yang terjadi di perkotaan.

Keberadaan akun *Instagram* @igcicalengka_ menjadi menarik untuk diteliti karena ia berfungsi layaknya media lokal digital. Dengan jumlah pengikut yang terus meningkat, akun ini menunjukkan bahwa masyarakat Cicalengka membutuhkan media informasi alternatif yang lebih cepat, aktual, dan mudah diakses dibandingkan media tradisional. Menurut Dominick (2011:33), "*Media serve as both a window on the world and a mirror reflecting social reality.*". Dalam konteks ini, akun @igcicalengka_ berperan sebagai jendela yang membuka akses masyarakat terhadap realitas lokal, sekaligus sebagai cermin yang memantulkan dinamika sosial masyarakat Cicalengka.

Selain berfungsi sebagai penyebar informasi, akun *Instagram* @igcicalengka_ juga menjadi arena terbentuknya interaksi sosial. Komentar, *likes*, *shares*, dan diskusi antarwarga di kolom komentar merupakan bukti bahwa komunikasi digital melalui akun ini tidak bersifat satu arah, melainkan interaktif. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *Computer Mediated Communication* (CMC) yang dikembangkan oleh Walther. Dalam teori *hyperpersonal communication*, Walther (1996:17) menyatakan bahwa, "*CMC can become hyperpersonal because it exceeds the level of affection and intimacy that is typical of face-to-face interaction.*" Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital dapat membangun kedekatan sosial yang lebih intens, meskipun tidak dilakukan secara tatap muka.

Pengguna *Instagram* di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, yaitu memiliki 90,51 juta pengguna aktif setiap bulan pada tahun 2024 di Indonesia. Indonesia juga didaulat menjadi negara dengan pengguna *Instagram* terbanyak di kawasan Asia-Pasifik. Maka tak heran jika di kancah internasional Indonesia merupakan salah satu pengguna *Instagram* terbesar di dunia dengan 103.3 juta pengguna aktif, menurut data internal per April 2024.

Dibuat pada bulan Agustus 2016, @igcicalengka_ telah menjadi salah satu akun yang paling aktif dan populer bagi masyarakat cicalengka dalam berbagi informasi dan berinteraksi dengan masyarakat setempat. Akun ini telah menjadi wadah bagi masyarakat Cicalengka untuk berbagi berita, informasi, kegiatan dan acara di Cicalengka. Dengan demikian, akun @igcicalengka_ telah menjadi sumber informasi yang penting bagi masyarakat Cicalengka.



Gambar 1.1 Profil Akun Instagram @igcicalengka_

Lebih jauh, interaksi yang terjadi dalam akun *Instagram* @igcicalengka_ menciptakan apa yang disebut dengan *Cyberspace*, yaitu ruang digital tempat pengguna berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun relasi sosial. *Cyberspace* tidak hanya menjadi ruang *virtual* tanpa batas, tetapi juga arena terbentuknya *Cyber Community*, yakni komunitas *virtual* yang memiliki ikatan sosial berbasis pada kesamaan kepentingan, lokasi, atau identitas. Rheingold (1993:5) menyebutkan bahwa, “*virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships.*”.

Dalam konteks akun @igcicalengka_, *Cyber Community* terbentuk dari warga Cicalengka yang secara aktif mengikuti informasi, memberikan tanggapan, dan berpartisipasi dalam diskusi digital. Komunitas ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memperkuat solidaritas warga, meskipun interaksi tidak berlangsung dalam ruang fisik. Tidak hanya itu, dari interaksi yang berulang, muncul pula fenomena *Cyber Culture* atau budaya digital. Menurut Thurlow, Lengel, dan Tomic (2004:19), “*Cyber Culture reflects how individuals and groups use digital communication to negotiate social norms, values, and practices in online spaces.*” Dengan demikian, akun @igcicalengka_ tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk norma, nilai, dan budaya komunikasi khas warga Cicalengka di ruang digital.

Namun demikian, meskipun fenomena ini nyata, penelitian mengenai peran akun *Instagram* lokal sebagai media informasi daerah masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada peran media sosial dalam konteks pemasaran, politik, atau pendidikan. Padahal, media sosial

lokal seperti akun @igcicalengka_ memiliki kontribusi penting dalam membangun literasi informasi masyarakat, memperkuat identitas lokal, serta menciptakan ruang komunikasi digital yang khas. Di sinilah letak kesenjangan penelitian yang hendak diisi oleh penelitian ini.

Urgensi penelitian ini semakin jelas jika dikaitkan dengan pentingnya akses informasi yang cepat dan relevan bagi masyarakat. Dalam era digital, keterlambatan atau ketidakakuratan informasi dapat berdampak negatif, baik dalam hal respon sosial maupun kebijakan publik. Oleh karena itu, memahami bagaimana akun *Instagram* @igcicalengka_ berfungsi sebagai media informasi, serta bagaimana ia membentuk *cyberspace*, *cyber community*, dan *cyber culture*, menjadi hal yang sangat penting untuk dianalisis secara akademis.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *Computer Mediated Communication* (CMC), dengan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana komunikasi digital berlangsung dalam konteks lokal. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan masukan bagi pengelola akun @igcicalengka_, masyarakat, maupun pemerintah daerah dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana informasi publik yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai akademik, tetapi juga kontribusi nyata bagi pengembangan komunikasi masyarakat di era digital.

1.2 Fokus Penelitian

Dengan pernyataan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana bentuk dan proses komunikasi yang dimediasi komputer ini dilaksanakan oleh akun

media sosial *Instagram* @igcicalengka sebagai media informasi pada masyarakat Cicalengka. Dengan begitu peneliti mencari akan adanya *Cyberspace*, *Cyber Community*, dan *Cyber Culture* yang terbentuk dengan penggunaan tersebut. Maka dari itu, peneliti mengambil judul “Penggunaan Akun Media Sosial *Instagram* @igcicalengka Sebagai Media Informasi Pada Masyarakat Cicalengka”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *cyberspace* dibentuk akun *Instagram* @igcicalengka_ sebagai media informasi masyarakat Cicalengka?
2. Bagaimana *cyber community* dibentuk akun *Instagram* @igcicalengka_ sebagai media informasi masyarakat Cicalengka?
3. Bagaimana *cyber culture* dibentuk akun *Instagram* @igcicalengka_ sebagai media informasi masyarakat Cicalengka?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui *Cyberspace* yang dibentuk oleh akun *Instagram* @igcicalengka sebagai media komunikasi informasi di kalangan masyarakat Cicalengka.

2. Untuk mengetahui *Cyber Community* yang terbentuk oleh akun *Instagram @igcicalengka* sebagai media komunikasi informasi di kalangan masyarakat Cicalengka.
3. Untuk mengetahui *Cyber Culture* yang terbentuk oleh akun *Instagram @igcicalengka* sebagai media komunikasi informasi di kalangan masyarakat Cicalengka.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1.4.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan jawaban atas bagaimana Penggunaan Akun Media Sosial *Instagram @igcicalengka* Sebagai Media Informasi Pada Masyarakat Cicalengka.
2. Memberikan gambaran tentang bagaimana penggunaan akun media sosial *Instagram @igcicalengka* sebagai media informasi pada masyarakat Cicalengka dengan teori CMC (*Computer Mediated Communications*) mengenai Teori *Computer Mediated Communications* (CMC) dengan pendekatan terintegrasi. *Cyberspace* dianalisis melalui *Social Information Processing* (SIP) Joseph Walther, *Cyber Community* dianalisis melalui Teori Komunitas *Virtual* Howard Rheingold, dan *Cyber Culture* dianalisis melalui perspektif CMC Crispin Thurlow.
3. Menambah pustaka serta memperluas wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi terutama pada penggunaan akun media sosial *Instagram @igcicalengka* sebagai media informasi pada masyarakat Cicalengka.

1.4.2.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan ini dapat menghasilkan sumbangan pemikiran untuk dapat keluar dari permasalahan yang ada.
2. Bagi Masyarakat, diharapkan hasil dari penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai apa yang motif dan tujuan dari admin menggunakan media sosial terutama *Instagram* sebagai media informasi.
3. Bagi Kampus Universitas Pasundan, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya ilmu dan sumber bacaan juga referensi bagi peneliti selanjutnya terutama Mahasiswa dari Kampus ini.